

X Всеукраїнська студентська науково - технічна конференція
"ПРИРОДНИЧІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ"

УДК 336.71(477):330.567.2(043)

Бабич К. – ст. гр. ЗФБС-16-1М

Житомирський державний технологічний університет

ОСОБЛИВОСТІ СПОЖИВЧОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Новак О.С.

Babych K.

Zhytomyr State Technological University

OBLIGATION OF A LIVING CREDIT IN UKRAINE

Supervisor: Novak O.S.

Ключові слова: споживчий кредит, скоринг, споживчі потреби.

Keywords: conflicting credit, scoring, consumer.

В Україні більшість населення неспроможна купувати товари тривалого користування за рахунок поточних доходів. У сучасних умовах ринкової економіки є актуальним вироблення концепції розвитку споживчого кредитування в Україні. Перебіг кредитного процесу в Україні супроводжується численними проблемами. Йдеться не тільки про вдосконалення техніки кредитування і розширення видів кредитних послуг, а також про вироблення комплексу нових принципів, що дадуть можливість спростити і поліпшити якість обслуговування банками фізичних осіб. Тому вивчення даного питання є актуальним для населення України.

В Україні поняття «споживчий кредит» сприймається як синонім поняття «кредит на споживчі цілі», тобто, тільки за своїм цільовим призначенням, під яким розуміється використання кредиту на цілі, що не мають характеру підприємницької діяльності.

Об'єктом кредитування може бути практично будь-який предмет споживання (товар або послуга). Економічною мовою, споживчий кредит – це кредит, який надається тільки в національній валюті фізичним особам – резидентам України на придбання споживчих товарів тривалого користування та послуг і повертається на виплат, якщо інше не передбачено умовами кредитного договору.

Споживче кредитування починає активно розвиватися в нашій країні. Так, 30–50 % усіх купівель у торгівельних мережах здійснюють у кредит, провідне місце серед них займає побутова та аудіо- і відеотехніка.

Найбільш розповсюджена сума купівель у кредит – 300–400 дол. США. Близько 80 % усього ринку споживчого кредитування сконцентровано у великих торгівельних мережах «Фокстрот», «Ельдорадо».

Дистанційне кредитування для банку є менш контрольованим і, відповідно, більш ризиковим, унаслідок чого при оформленні кредиту в магазині позичальник буде сплачувати більше, ніж при ситуації з оформленням кредиту в банку.

Усі банківські продукти мають основні об'єднувальні умови їх видачі – мінімальну кількість документів, потрібних для отримання кредиту, швидкість оформлення (протягом 30 хв.), відсутність поручителів, вік позичальників. У сучасних умовах активно використовується щомісячна комісія, яка нараховується на початкову суму кредиту протягом усього терміну кредитування.

Найвищий рівень кредитних ризиків пов'язаний зі споживчим кредитуванням у місцях продажів. Для зниження ризиків кредитування банки вже сьогодні проводять

відбір клієнтів, використовуючи «скоринг» – бальну систему перевірки позичальників. Завдяки використанню скорингових систем, рішення про надання кредиту ухвалюється впродовж 10 хв безпосередньо в магазині.

Уперше техніка кредитного скорингу була запропонована американським економістом Д. Дюраном. Він виявив групу чинників, що дозволяють, на його думку, з достатньою достовірністю визначити ступінь кредитного ризику при отриманні споживчого кредиту. До таких чинників належать: вік, стать, термін проживання в даній місцевості, професія, робота в галузі, зайнятість, фінансові показники (наявність банківського рахунку, володіння нерухомістю, наявність полісу страхування життя).

Розвиток скоринг-систем кредитного менеджменту споживчого кредитування фізичних осіб дозволяє:

- суттєво знизити витрати банку на ідентифікацію ризику кредитування споживача на окремому місці продавця кредитних продуктів банку;
- централізувати та проводити об'єктивний контроль умов кредитування в територіально відокремлених відділеннях і «банківських» кіосках із мінімальними вимогами до аналітичних здібностей кредитного інспектора;

До позитивних сторін споживчого кредитування на торгівельних точках можна віднести: отримання банками стабільно високого прибутку; збільшення обсягу продажів торгівельними організаціями і автосалонами; збільшення купівельної платоспроможності; збільшення клієнтської бази як для банків, так і для торгівельних організацій.

До негативних: підвищені ризики безповоротності грошових коштів для банків; значні переплати за товар, який купує клієнт.

Споживче кредитування активно розвивається в нашій країні, проте, потрібно вирішити низку таких завдань:

- зосередити увагу банківських установ на привабливості розвитку сектору банківського споживчого кредитування населення, поточний рівень якого в розрахунку на душу населення в Україні в шість разів нижчий від середньоєвропейського;
- ініціювати участь банківських установ у створенні та розширенні діяльності кредитних бюро для формування кредитної історії всіх фізичних осіб, які коли-небудь зверталися за кредитом у будь-яку кредитну установу країни;
- зосередити зусилля кредитних ризик-менеджерів на розробленні та вдосконаленні скорингових систем, за допомогою яких на основі кредитної історії попередніх клієнтів банк намагається визначити, наскільки велика ймовірність, що конкретний потенційний позичальник поверне кредит у визначений термін.